

Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами». Луцький НТУ, 7 грудня 2017 року

Система антикризового управління страховою компанією повинна відповідати наступним принципам:

- постійний та безперервний характер;
- проведення ранньої діагностики;
- відкритість до впровадження інновацій у діяльність компанії;
- робота компанії з урахуванням «слабких сигналів». Під «слабкими сигналами» ми розуміємо ранні ознаки можливих змін та настання нових ситуацій у діяльності страховика.

Сучасне антикризове управління характеризується можливістю не тільки нормалізувати діяльність страхової компанії, а й підштовхнути її до подальшого розвитку. Це є надзвичайно важливо для покращення страхової галузі України в цілому у зв'язку з прискоренням процесів інтеграції та посиленням конкуренції з боку іноземних страхових компаній. Однак під час розробки антикризового управління страховика необхідно враховувати специфіку сфери діяльності компанії.

1. Методичні рекомендації щодо загальних підходів до застосування страховиками стрес-тестів: Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 05.12.2006 р. № 6496 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://consultant.parus.ua/?doc=03NS3795ED>.

2. Ніколенко Н. П. Управління страховою компанією в умовах кризи / Н. П. Ніколенко // Управління в страховій компанії, 2009. – С. 35–41 — (Управління в страховій компанії; № 4).

Sikorska Malgorzata, kanclerz Higher School of Labour Safety Management (WSZOP), Katowice, Poland

Veres Somosi M., prof., Dean University of Miskolc, Miskolc, Hungary

Pererva Petro, prof. Higher School of Labour Safety Management (WSZOP), Katowice, Poland

COMPLIANCE AS A TOOL TO COMBAT CORRUPTION

By the term "corruption" is meant the criminal use by one or another person of his power and official rights and powers. This is done through the systematic use of existing links, opportunities, authority and status with the aim of gaining selfish gain. This action is contrary to the norms of the current legislation and any moral guidelines. After all, in other words, corruption means taking bribes, bribing and extortion. The acquisition of economic profit is considered the main stimulus of this harmful phenomenon. Accordingly, the deterrent can be considered the risks of exposure and the most severe punishment. According to all political and macroeconomic studies conducted, corruption can cause very serious damage to the state and maximally hinder its economic growth in the interests of integrated social development. The fight against this phenomenon is extremely important, but it is fairly considered an uneasy business. This is due to

the fact that corruption can be affected by all spheres of life, including government, law and order, the judiciary, etc. In this area, the compliance program of an industrial enterprise is of great importance.

The term "compliance" today has become synonymous with effective, efficient and ethical management. A growing number of companies use the compliance system for the production and marketing of products. Experience shows that where the compliance system is an integral part of corporate governance, there are real prerequisites for increasing the competitiveness of the enterprise and its products, improving its technical and economic performance, creating a favorable socio-psychological climate.

In modern views on the problems of internal control, various attempts to combine and convert the experience of sociology, political science, jurisprudence and psychology in the economic dimension are becoming increasingly popular. Compliance is undoubtedly one such approach. The central link that connects compliance with other social sciences is the notion of a norm, which is developed, for example, within the framework of law, but specific mechanisms for its implementation are related to economic entities at the micro level. The concept of norm is connected with institutionalism, which is another integrative direction in economic theory. The norm is easily interpreted as an element of the concept of "institution", the development, use and modification of which leads to transactional costs. The training manual presents various approaches to the content and essence of the concept of compliance.

Compliance management is often associated only with monitoring of the media or social networks for negative reviews or publications. In practice, the procedures for evaluating antimonopoly legislation, managing the risk of loss of business reputation are no less, and perhaps even more closely related to the analysis of counterparty credit risks and compliance risks, because require verification of the existence of beneficiaries in lists of sanctions and anti-corruption lists. According to a study conducted by the Economist Intelligence Unit, the risk managers of major European organizations rated reputational threats as the most significant of all possible (see figure), while the most important factors of reputational risk were the speed of information dissemination through international communication channels and the strengthening of regulatory requirements .

Nevertheless, the goal of any antimonopoly compliance program in the final result is to reduce the risk of violation of the antimonopoly law. The Antimonopoly Committee of Ukraine agrees with this approach, which recently declares its intention to develop a standard compliance program. Development of a standard compliance program by the Committee is an absolute plus in advocating compliance with antitrust laws. At the same time, it is important to understand that there is no universal compliance rule and that each compliance program should be developed taking into account the many factors and specific risks that arise in the process of each individual company's activities.

Antimonopoly compliance is becoming more popular in Ukraine. Compliance with the antimonopoly legislation becomes especially relevant for companies operating in areas that are under the special control of the Antimonopoly Committee of Ukraine, in particular markets for pharmaceuticals, petroleum products, tobacco products, retail, etc. The first step in introducing an antimonopoly compliance program into business ethics The company is aware of the fact that antitrust regulation is relevant to its activities. Due to the increasing publicity of the activities of the Antimonopoly Committee, regular publications on the fines applied, as well as information on ongoing investigations, this step is not difficult for many companies. More and more companies come to the understanding that in addition to potentially high penalties, violation of the antimonopoly legislation entails significant reputational risks, while a well-designed and competently developed compliance program allows the company to more confidently carry out its day-to-day activities and make prompt decisions in conditions of not always unequivocal legislative regulation. Yet it is worth noting that most Ukrainian companies start to think about the need to develop and implement an antimonopoly compliance program only after they have already had experience with the Antimonopoly Committee of Ukraine and have resorted to the help and / or protection of lawyers. In such cases, the development of compliance programs should start with a clean sheet. In representative offices or subsidiaries of large foreign companies, the compliance system, as a rule, is already working at the global level, in which case it must be adapted to national legislation, as well as the potential risks that the company may encounter in its work in Ukraine

Moreover: competently built compliance structure not only protects the enterprise from sanctions by preventing offenses, but also protects it from external encroachments. Unfortunately, too often the opportunities for effective integration of compliance control and enterprise security are not being used properly.

In Ukrainian practice, often with the concept of internal control, the concept of internal audit is identified, which leads to an understanding of these phenomena as identical. At the same time, it must be recognized that internal audit is, albeit an essential, but still a component of the internal control system.

The work on integrating the interaction of the risk management service of the enterprise and its business units that "own" (creating, generating) risks should be conducted on a continuous basis and be sure to be monitored by top management. The most balanced in this respect and one of the optimal strategies for constructing an integrated risk management system is the viewpoint set out in the standards of the Institute of Internal Auditors, according to which the so-called three-level protection model is the most stable and effective [1].

A conceptual diagram of the three levels of protection of an industrial enterprise from compliance risks is presented in Fig.1.

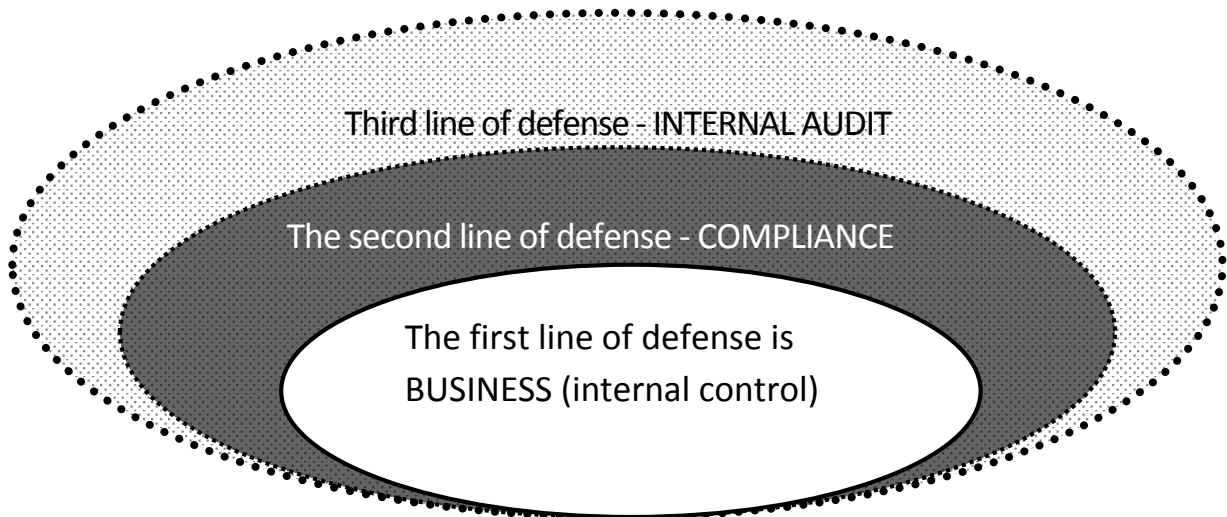


Figure 1 - Conceptual diagram of three levels of protection

The model of the three lines of protection (Fig. 1) makes a clear distinction between three separate functions, namely management, risks and control (supervisory functions, such as risk management and compliance) and, in fact, internal audit ("last line protection "). Thus, the model describes the relationship between groups of workers (divisions) of an industrial enterprise:

- A group that carries risks (creates, generates risks) and manages these risks (the first line) are risk owners who manage risk at the operational level;
- The group that oversees (second line). These are controllers that monitor, analyze and monitor risks;
- A group that provides an independent guarantee (third line of protection). They are auditors, providing an independent evaluation of the functioning of the internal control system as a whole.

It should be borne in mind that at the moment, due to undeveloped corporate governance, certain industrial enterprises adhere to this approach, in which each structural unit is oriented only to its direct, strictly limited functionality. In this case, when the model of the three levels of protection is adapted, there will actually be no first line in the form of business units that manage risks at their level. Accordingly, this imbalance will create more work for the second line of defense, while forming serious barriers to the development of a common culture of risk management in the enterprise.

1. Козырева Н.А. Как сохранить стоимость бизнеса, «не отказываясь от творчества»: организация системы управления комплаенс-рисками в рамках трех линий защиты / Н.А.Козырева // Сохранение стоимости бизнеса контрольными функциями организации в кризисных условиях. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции «Декабрьские дебаты» (1–2 декабря 2015 г. ЭФ МГУ им. М. В. Ломоносова) / Под. ред. В.П.Суйца, А.Г.Тереховой. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. — С.68-78.

2. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.

3. Перерва П.Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.
4. Перерва П.Г. Моделювання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
5. Науково-методичні підходи до вирішення проблем практичної реалізації механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / П.Г.Перерва, І.В.Гладенко, А.В.Косенко, М.М.Ткачов // Вестник Нац. техн. ун-та «ХПІ» : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков : НТУ «ХПИ», 2008. – № 18. – С. 105-110.
6. Перерва П.Г. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, В.Л.Товажнянський // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вып. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
7. Ткачов М. М. Ринок контрафактної продукції в системі неформальної економіки / М. М. Ткачов // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вып. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2013. – № 22 (995). – С. 89-95.
8. Экономика и управление инновационной деятельностью: учебник / Под ред. проф. Перервы П.Г., проф. Вороновского Г.К., проф. Меховича С.А., проф. Погорелова Н.И. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 1203 с.
9. Перерва П.Г. Визначення ефективності використання виробничого потенціалу машинобудівного підприємства / П.Г.Перерва, Н.М.Побережна // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - №2. - С. 191-198.
10. Косенко А.П. Экономическая оценка инновационного потенциала / А.П.Косенко, Д.Коциски, О.И.Маслак, П.Г.Перерва, Д.Сакай.- Монография / Под ред. проф. Перервы П.Г. и проф. Д.Коциски – Харьков-Мишкольц : НТУ „ХПИ”, Мишкольц.техн.ун-т, 2009. – 170 с.
11. Косенко О. П. Комерціалізація інтелектуально-інноваційних технологій [Монографія] / О.П. Косенко. - Х.: «Смугаста типографія», 2015.- 517 с.

Скопюк Р. П., ст. гр. БАМмз-61

Яручик Б. А., ст. гр. МКм-61

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк, Україна

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ОБҐРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Жорстка конкуренція, яка спостерігається практично на усіх ринках змушує підприємства шукати ефективні рішення. Не варто вигадувати нічого нового. Ефективну методологію вибудовування успішних стосунків з агентами ринку пропонує маркетинг. Методологія маркетингу досить чітка: потрібно добре розібратися у потребах, якими керуються споживачі та спробувати зробити виправданий прогноз як ці потреби можуть змінитися у найближчому майбутньому. Саме вдале прогнозування зміни потреб споживачів відкриває підприємству можливість зробити прорив на ринку та зайняти значно кращі ринкові позиції [1, с.48].

Інший, не менш успішний прийом для гарантування завоювання конкурентних переваг – інновації [2, с. 21]. Інновації у формі нових товарів, чи послуг, про які споживачі не висловлювали свої побажання чітко, але які допомагають споживачам значно ефективніше реалізовувати їх потреби – це вершина підприємницького мистецтва. Але це сфера підприємців з високим технічним потенціалом та сповнених сміливих задумів та ідей.